

PENGARUH *CULTURE PRIDE* DAN *PERCEIVED PRACTICAL USEFULNESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *ATTITUDES* PADA BATIK KERIS DI SURABAYA



OLEH:

FRANSISKA PASKALINA

3103016224

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2020

**PENGARUH *CULTURE PRIDE* DAN *PERCEIVED PRACTICAL USEFULNESS* TERHADAP
PURCHASE INTENTION MELALUI *ATTITUDES*
PADA BATIK KERIS DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

FRANSISKA PASKALINA

3103016224

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *CULTURE PRIDE* DAN *PERCEIVED PRACTICAL USEFULNESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *ATTITUDES* PADA BATIK KERIS DI SURABAYA

Oleh:
FRANSISKA PASKALINA
3103016224

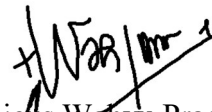
Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Drs.Ec. Yulius Koesworo, MM.
NIDN: 0704046001
Tanggal: 26 Juli 2020

Pembimbing II



Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM.
NIDN: 0707088604
Tanggal: 26 Juli 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh: Fransiska Paskalina dengan NRP 3103016224

Telah diuji pada tanggal 28 Juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

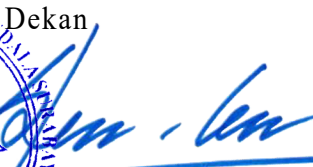
Ketua Tim Penguji



Marliana Junaidi, SE., M.Si
NIDN. 0725127401

Mengetahui:

Dekan



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI
NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H. L. SE., M.Sc
NIDN. 0703087902

Robertus Sigit Haribowo Lukito
CN=Robertus Sigit Haribowo
Lukito, OU=Head of Management
Department, O=Widya Mandala
Surabaya Catholic University,
E=hod-manage@ukwms.ac.id
I am approving this document
Surabaya, East Java, IDN
2020-08-05 08:40:59

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Fransiska Paskalina

Nrp : 3103016224

Judul Skripsi : Pengaruh *Culture Pride* dan *Perceived Practical Usefulness* terhadap *Purchase Intention* melalui *Attitudes* pada Batik Keris di Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Juni 2020

Yang menyatakan,



Fransiska Paskalina

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah banyak memberi rahmat dan berkat-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *CULTURE PRIDE* DAN *PERCEIVED PRACTICAL USEFULNESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *ATTITUDES* PADA BATIK KERIS DI SURABAYA”**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku dekan fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec. Yulius Koesworo, MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah banyak meluangkan waktu dan perhatian untuk memberi bimbingan serta pengarahan selama proses penyusunan skripsi sejak awal dan akhir.
3. Bapak Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah banyak meluangkan waktu dan perhatian untuk memberi bimbingan serta mengarahkan selama proses penyusunan skripsi sejak awal dan akhir.
4. Ibu Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM., selaku dosen wali yang banyak memberi arahan serta nasehat selama perkuliahan dari awal hingga akhir.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala yang telah membantu proses pembelajaran perkuliahan, memberi ilmu dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis.
6. Keluarga khususnya Nenek, mama, dan juga paman saya Romo Paulus Dwintarto, CM yang selalu memberi kasih sayang, perhatian, nasehat, motivasi dan doa terus menerus terhadap penulis.
7. Dan semua teman-teman khusus nya Aset Mewah, Bola 8, dan Begundal yang telah memberi dukungan, bantuan, dan semangat sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.

8. Lalu juga kekasih, sahabat, sekaligus partner usaha kecil saya Nathanael Sandhy yang selalu menunjukan dukungannya dengan tindakan nyata dalam mendampingi saya dalam suka dan duka serta mendengar keluh kesah saya.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang lebih dan berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

Surabaya, 18 Juni 2020



Fransiska Paskalina

3103016224

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Culture Pride.....	13
2.1.2 Perceived Pratical Usefulness	14
2.1.3 Attitudes	15
2.1.4 Purchase Intention	18
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1 Pengaruh culture pride terhadap attitudes.....	23
2.3.2 Pengaruh perceived pratical usefulness terhadap attitudes	23
2.3.3 Pengaruh culture pride terhadap purchase intention	24
2.3.4 Pengaruh perceived pratical usefulness terhadap purchase intention	25
2.3.5 Pengaruh culture pride terhadap purchase intention melalui attitude	25

2.3.6. Pengaruh perceived practical usefulness terhadap purchase intention melalui attitude	26
2.3.7. Pengaruh attitude terhadap purchase intention	26
2.4 Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian.....	28
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	28
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	28
3.2.2 Definisi Operasional	28
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	33
3.5.1 Populasi.....	33
3.5.2 Sampel.....	33
3.5.3 Teknik Penyampelan.....	33
3.6 Analisis Dan Pembahasan.....	35
3.6.1 Uji Normalitas.....	35
3.6.2 Uji Validitas.....	35
3.6.3. Uji Reabilitas.....	36
3.6.4. Uji Kecocokan Model.....	36
3.6.5. Uji Kecocokan Model Struktural	37
3.6.5 Uji Hipotesis	37
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	39
4.2 Deskripsi data.....	41
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel Culture Pride	41
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Perceived Practical Usefulness	42
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Attitudes.....	43
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel Purchase Intention.....	44

4.3 Hasil Analisis Data.....	45
4.3.1 Uji Normalitas.....	45
4.3.2 Uji Validitas.....	47
4.3.3. Uji Reabilitas.....	48
4.3.4. Uji Kecocokan Model.....	49
4.3.5. Uji Kecocokan Model Struktural	50
4.3.6. Uji Hipotesis.....	51
4.4. Pembahasan.....	53
4.4.1 Pengaruh Culture Pride terhadap Attitudes.....	53
4.4.2 Pengaruh Perceived Pratical Usefulness terhadap Attitude	54
4.4.3 Pengaruh Attitude terhadap Purchase Intention.....	55
4.4.4 Pengaruh Culture Pride terhadap Purchase Intention	55
4.4.5 Pengaruh Perceived Pratical Usefulness terhadap Purchase Intention ...	56
4.4.6. Pengaruh Culture Pride terhadap Purchase Intention melalui Attitude ..	57
4.4.7. Pengaruh Perceived Pratical Usefulness terhadap Purchase Intention melalui Attitude	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Keterbatasan.....	60
5.3 Saran.....	60
5.3.1 Saran Praktis.....	61
5.3.2 Saran Akademis	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat Ini	18
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Pekerjaan.....	37
Tabel 4.3 Mengetahui Brand dan Produk dari Batik Keris.....	38
Tabel 4.4 Interval Rata-rata dari Tiap-tiap Variabel.....	39
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Culture Pride	40
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Perceived Practical Usefulness	41
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Attitudes.....	42
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Purchase Intention.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Multivariate Normalty	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Multivariate Normalty	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Kecocokan Model Keseluruhan	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis.....	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Produk dengan harga terendah dan termahal di Batik Keris.....	5
Gambar 1.2 Website penjualan online	7
Gambar 2.1 model penelitian.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	52
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner	56
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	63
Lampiran 4 Statistik Deskriptif.....	64
Lampiran 5 hasil PLS alghoritm	65
Lampiran 6 hasil PLS bootstrapping.....	69

PENGARUH *CULTURE PRIDE* DAN *PERCEIVED PRACTICAL USEFULNESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *ATTITUDES* PADA BATIK KERIS DI SURABAYA

ABSTRAK

Indonesia mempunyai beragam sumber daya serta budaya yang perlu dilestarikan dan dikembangkan sebagai identitas suatu bangsa. Identitas sendiri adalah sesuatu yang melekat serta mencerminkan jati diri bangsa. Adapun aspek-aspek budaya yang antara lain, bahasa, pakaian, religi, makanan, bangunan dan karya-karya lainnya. Yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini yakni identitas diri yang terwujud dalam pakaian batik. Batik yang menjadi isu dalam identitas budaya Indonesia dengan mengemukakan dua alasan. Pertama, adanya kesadaran kolektif pada warga masyarakat Indonesia untuk mengenakan baju Batik karena Batik merupakan warisan leluhur bangsa Indonesia. Kedua, Batik memiliki keunikan yang membedakan bangsa Indonesia dengan bangsa lain.

Penelitian ini bertujuan untuk menanalisis pengaruh *culture pride* dan *perceived practical usefulness* terhadap *purchase intention* melalui *attitudes* pada Batik Keris di Surabaya. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini menggunakan teknik kuisioner terhadap 150 orang responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *nonprobability sampling* kriteria sampel antara lain berusia minim 17 tahun, berdomisili di Surabaya, mengetahui *brand* dan produk dari Batik Keris.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Culture Pride* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *attitude*, namun *perceived practical usefulness* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *attitude*. Lalu *attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Sedangkan *culture pride* memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap *purchase intention*. Disisi lain, *perceived practical usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. *Culture pride* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* tetapi melalui *attitude*. Begitu pula dengan *perceived practical usefulness* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* tetapi melalui *attitude*.

Kata Kunci: *Culture Pride, Perceived Practical Usefulness, Purchase Intention, dan Attitudes*

**EFFECT OF CULTURE PRIDE DAN PERCEIVED PRACTICAL
USEFULNESS TOWARD PURCHASE INTENTION THROUGH ATTITUDES
PADA BATIK KERIS DI SURABAYA**

ABSTRACT

Indonesia has a variety of resources and cultures that need to be preserved and developed as a nation's identity. Identity itself is something that is inherent and reflects national identity. The aspects of culture, among others, language, clothing, religion, food, buildings and other works. The focus of the study in this research is self-identity that is manifested in batik clothing. Batik is an issue in Indonesian cultural identity by expressing two reasons. First, there is a collective awareness of Indonesian citizens to wear Batik clothes because Batik is the ancestral heritage of the Indonesian people. Second, Batik has a uniqueness that distinguishes Indonesia from other nations.

This study aims to analyze the influence of culture pride and perceived practical usefulness on purchase intention through attitudes on Batik Keris in Surabaya. Data collected in this study used a questionnaire technique of 150 respondents. The sampling technique uses the nonprobability sampling method, the sample criteria include at least 17 years old, domiciled in Surabaya, knowing the brands and products of Batik Keris.

The results of this study indicate that Culture Pride has a positive and significant effect on attitude, but perceived practical usefulness has an insignificant effect on attitude. Then attitude has a positive and significant effect on purchase intention. While culture pride has no significant effect on purchase intention. On the other hand, perceived practical usefulness has a positive and significant effect on purchase intention. Culture pride has a positive and significant influence on purchase intention but through attitude. Similarly, the perceived practical usefulness that has a positive and significant effect on purchase intention but through attitude.

Keyword : Culture Pride, Perceived Practical Usefulness, Purchase Intention, and Attitudes